

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.2 Язык современной рекламы и СМИ

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2021

Автор программы:

Кандидат филологических наук, Серова Светлана Александровна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «11» мая 2021 г. Протокол № 7

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «05» июля 2021 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	14
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	15

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- авторский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Осуществляет авторскую деятельность в соответствии со стилистическими нормами языка современной рекламы и медиаязыка

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения									
		Очная (семестр)					Заочная (семестр)				
		3	4	5	6	7	3	4	5	6	7
1	Базовые медиаинструменты	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2	Основы психологической войны и медиаманипулирование		+					+			
3	Практика русского литературного языка		+					+			
4	Профессионально-ознакомительная практика		+					+			
5	Разработка и технология производства рекламного продукта				+					+	

6	Язык медиакommunikаций		+					+			
---	---------------------------	--	---	--	--	--	--	---	--	--	--

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Язык современной рекламы и СМИ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Язык современной рекламы и СМИ» изучается в 4 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины:

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
Контактная работа	28	8
Лекции (Лекции)	14	4
Практические (Практ. раб.)	14	4
Самостоятельная работа (СР)	44	60
Зачет	-	4

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
4 семестр								
1	Язык массовых коммуникаций как отражение картины мира.	2	-	2	-	8	12	Практическая работа
2	Публицистический стиль массовых коммуникаций.	4	1	4	1	8	12	Контрольная работа
3	Информационный подстиль публицистического стиля массовых коммуникаций.	2	1	2	1	8	12	Контрольная работа
4	Собственно-публицистический подстиль публицистического стиля массовых коммуникаций.	2	1	2	1	8	12	Контрольная работа
5	Специфика языка различных каналов массовых коммуникаций	4	1	4	1	12	12	Реферат

Тема 1. Язык массовых коммуникаций как отражение картины мира. (ПК-1)

Лекция.

Специфика речи массовых коммуникаций. Возможности массовой коммуникации как средства воздействия. Основные параметры анализа языка массовой коммуникации. Краткая характеристика каждой из категорий. Языково-стилистические изменения в современной массовой коммуникации (усиление воздействующей функции; перераспределение статуса адресата и адресанта; авторизация и диалогизация дискурса; изменение стилистики разных типологических групп медиа). Методы изучения медиатекстов. Типология медиатекстов (параметры: способ распространения, форма медиатекста, канал распространения, функционально - жанровый тип текста, тематическая доминанта). Автор как главный стилеобразующий публицистического текста.

Практическое занятие.

Периодизация языка массовых коммуникаций. Параметры периодизации языка СМИ: тип автора, строй речи, совокупность ключевых слов эпохи. Ключевые слова эпохи.

Задания для самостоятельной работы.

Выявление и фиксация ключевых слов коронавирусной пандемии (2020-2022 гг) и специальной операции РФ (2022 г.) в языке массовых коммуникаций (различные каналы).

Тема 2. Публицистический стиль массовых коммуникаций. (ПК-1)

Лекция.

Публицистический стиль массовых коммуникаций в системе стилей русского языка.

Характеристики публицистического стиля массовых коммуникаций. Его неоднородность. Информационный и собственно-публицистический подстили публицистического стиля

Практическое занятие.

Отработка навыков дифференциации текстов массовых коммуникаций по подстилям по стилиевым критериям: цель высказывания, тип речи, жанровая структура, тип автора, оценочность, модальность.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка к семинарскому занятию

Темы:

1. Публицистический стиль в системе функциональных стилей русского языка.
2. Функции публицистического стиля.
3. Воздействующая функция публицистического стиля.
4. Строй речи публицистического стиля.

Тема 3. Информационный подстиль публицистического стиля массовых коммуникаций. (ПК-1)

Лекция.

Характеристика и особенности информационного подстиля публицистического стиля. Лингвистические характеристики информационного подстиля. Языковые стандарты информационного подстиля. Речевые форма «констатация факта»: модальные рамки фактографического высказывания. Языковые стандарты речевой формы «констатация факта». Предикаты в фактографическом высказывании. Субъекты в фактографических высказываниях. Речевая форма «информативное описание» и «информативное повествование». Экспрессивные средства информирующей речи. Нарушение нормы в информационном подстиле.

Практическое занятие.

Анализ нарушений стилевой нормы в текстах информационного подстиля публицистического стиля.

Задания для самостоятельной работы.

Редактирование предложенных текстов информационного подстиля публицистического стиля.

Тема 4. Собственно-публицистический подстиль публицистического стиля массовых коммуникаций. (ПК-1)

Лекция.

Оценочность как основной признак собственно публицистического подстиля публицистического стиля.

Тип оценки: открытая и скрытая (имплицитная и эксплицитная) оценка. Виды лингвистической оценки: метафоры, эвфемизмы, «скорненные» слова, контекст, квазисинонимическая ситуация и оценка с помощью цитат (квазичитата) . Языковая игра и ирония как средства достижения оценочности и экспрессии.

Словарный состав публицистики. Идеологема в СМИ. Образ автора в публицистике. Развитие публицистического подстиля: трансформации. Интертекстуальность как специфическое свойство.

Практическое занятие.

Практическая работа с имплицитными и эксплицитными языковыми оценочными средствами в медиатекстах. Отбор и фиксация языковых оценочных средств по заданной тематике на различных каналах массовой коммуникации.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка к семинарскому занятию. Темы:

1. Метафоры в языке массовых коммуникаций.
2. Эвфемизмы в языке массовых коммуникаций.
3. «Скорненные» слова и окказионализмы.
4. Контекст как способ предъявления оценки.
5. Квазисинонимическая ситуация и оценка с помощью цитат (квазичитата) .

Тема 5. Специфика языка различных каналов массовых коммуникаций (ПК-1)

Лекция.

Язык электронных СМИ. Современная телевизионная речь. Краткая характеристика современной звучащей речи. Просодия как отличающая характеристика языка телеречи от языка печатных СМИ. Экстралингвистические характеристики телекоммуникации. Понятие электронный гипертекст. Прагмалингвистические особенности рекламного текста. Экстралингвистические факторы профессиональной речевой деятельности в рекламе. Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы. Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика. Диалогичность рекламной речи. Речевое воздействие рекламного текста.

Практическое занятие.

Работа с языковыми средствами оценочного потенциала текстов средств массовой информации и рекламных текстов.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка к семинарскому занятию по теме: Языковые средства оценочного и манипулятивного потенциала языка рекламы.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

4 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Язык массовых коммуникаций как отражение картины мира.	Практическая работа(контрольный срез)	10	<p>8-10 баллов. Студент правильно выполнил практическую работу. Работа выполнена без недочетов. Студент демонстрирует отличное владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач.</p> <p>6-8 баллов. Студент правильно выполнил практическую работу, но имеются некоторые недочеты. Студент демонстрирует хорошее владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач.</p> <p>4-6 баллов. Выполненная работа имеет ряд существенных недочетов. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом, но испытывает затруднения с его применением при решении практических задач.</p> <p>0 баллов. Работа не выполнена или выполнена с серьезными ошибками. Студент не владеет теоретическим материалом по теме задания.</p>
2.	Публицистический стиль массовых коммуникаций.	Контрольная работа	25	<p>20-25 баллов. Студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.</p> <p>15-13 баллов. Студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.</p> <p>9-12 баллов. Студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>5-8 баллов. Студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов.</p> <p>0 баллов. Студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.</p>
3.	Информационный подстиль публицистического стиля массовых коммуникаций.	Контрольная работа	20	<p>20 баллов. Студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.</p> <p>15-13 баллов. Студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.</p> <p>9-12 баллов. Студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>5-8 баллов. Студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов.</p> <p>0 баллов. Студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.</p>

4.	Собственно-публицистический подстиль публицистического стиля массовых коммуникаций.	Контрольная работа(контрольный срез)	10	<p>7-10 баллов. Студент знает способы предъявления эксплицитной лингвистической оценки: метафоры, эвфемизмы, «скорненные» слова, контекст, квазисинонимическая ситуация и квазицитата; выявляет их в медиатекстах и верно типологизирует.</p> <p>4-6 баллов. Студент знает способы предъявления эксплицитной лингвистической оценки: метафоры, эвфемизмы, «скорненные» слова, контекст, квазисинонимическая ситуация и квазицитата; но на практике затрудняется с выявлением их в текстах СМИ.</p> <p>2 балла. Студент имеет фрагментарные знания о способах предъявления эксплицитной лингвистической оценки: метафоры, эвфемизмы, «скорненные» слова, контекст, квазисинонимическая ситуация и квазицитата.</p>
5.	Специфика языка различных каналов массовых коммуникаций	Реферат	25	<p>20-25 баллов. Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p>15-19 баллов. Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.</p> <p>10-14 баллов. Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.</p> <p>Баллы не начисляются, если вышеперечисленные требования не были соблюдены.</p>
6.	Посещаемость		10	10 баллов – стопроцентное посещение занятий студентом
7.	Премияльные баллы		20	<p>Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - если студент берет на себя функции редактора на практических занятиях в миниредакциях - 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий - 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины - 10 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины - 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ
8.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		90	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
9.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Контрольная работа

Тема 2. Публицистический стиль массовых коммуникаций.

Определение подстиля публицистического стиля, функционирующего в том или ином медиатексте на основе следующих критериев: цель высказывания, тип речи, жанровая структура, тип автора, оценочность. Обоснование.

Тема 3. Информационный подстиль публицистического стиля массовых коммуникаций.

Выявление речевых форм «констатация факта», «информативное описание» и «информативное повествование» в медиатекстах информационного подстиля публицистического стиля.

Тема 4. Собственно-публицистический подстиль публицистического стиля массовых коммуникаций.

Укажите лингвистические оценочные средства в предложенных текстах (метафоры, эвфемизмы, скорнения, контекст и т.д.).

1. Организаторы завтрашнего митинга против репрессий попросили меня напомнить москвичам, в пасти Крокодилища еще остается много живых людей и что их надо как-то вытаскивать.

2. «Порошенко 2.0» — так все чаще именуют Зеленского на Украине. По крайней мере, в отношении Донбасса нынешний украинский лидер ведет себя так же, как предшественник.

Украина продолжает активно вооружаться. На города и поселки ДНР и ЛНР летят не виртуальные пули, а реальные снаряды. Зеленский не хочет примирения. Он хочет полной и безоговорочной победы. Кажется, что из всех своих амплуа президенту Украины ближе всего роль Наполеона, которую он сыграл в посредственной российской комедии. Размахивая пулей на трибуне ООН, он тоже ломал комедию. Вот только цена таких представлений значительно выше.

Москва, 28 сентября - АиФ-Москва.

3. Российский сенатор Алексей Пушков высказал мнение относительно данных об отставке спецпредставителя США по Украине.

На своей странице в Twitter он написал, что Демократическая партия США «жаждет крови» Волкера. Однако целью демократов является американский президент Дональд Трамп.

«Курт Волкер - первая жертва в новой серии американской мыльной оперы под названием «Убить Дональда Трампа». Демократы жаждут его крови», - заявил Пушков.

Также сенатор предсказал, что будут и другие «жертвы». Однако он уверен, что Трамп скорее всего выйдет сухим из воды.

Практическая работа

Тема 1. Язык массовых коммуникаций как отражение картины мира.

Создайте словник (с толкованием) ключевой лексики коронавирусной пандемии (2020-2022 гг) и специальной операции РФ (2022 г.) (по выбору) языка массовых коммуникаций новейшего периода.

Реферат

Тема 5. Специфика языка различных каналов массовых коммуникаций

Темы для реферата

1. Лексическая экспрессия в рекламе.
2. Синтаксические конструкции как средство экспрессивности рекламных текстов
3. Метафоры в рекламе как отражение картины мира.

4. Гипербола как основной риторический прием рекламы.
5. Социолингвистическая окрашенность лексики как выразительное средство рекламы

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-1)

1. Язык массовых коммуникаций как отражение картины мира. Специфика речи массовых коммуникаций. Возможности массовой коммуникации как средства воздействия. 2. Основные параметры анализа языка массовой коммуникации. Краткая характеристика каждой из категорий. Языково-стилистические изменения в современной массовой коммуникации (усиление воздействующей функции; перераспределение статуса адресата и адресанта; авторизация и диалогизация дискурса; изменение стилистики разных типологических групп медиа).
3. Методы изучения медиатекстов. Типология медиатекстов (параметры: способ распространения, форма медиатекста, канал распространения, функционально - жанровый тип текста, тематическая доминанта).
4. Автор как главный стилеобразующий публицистического текста.
5. Периодизация языка массовых коммуникаций. Параметры периодизации языка СМИ: тип автора, строй речи, совокупность ключевых слов эпохи. Ключевые слова эпохи.
6. Публицистический стиль массовых коммуникаций в системе стилей русского языка. Функции публицистического стиля. Воздействующая функция публицистического стиля.
7. Характеристики публицистического стиля массовых коммуникаций. Его неоднородность. Информационный и собственно-публицистический подстили публицистического стиля. Строй речи публицистического стиля.
8. Характеристика и особенности информационного подстиля публицистического стиля. Лингвистические характеристики информационного подстиля.
9. Языковые стандарты информационного подстиля. Речевые форма «констатация факта»: модальные рамки фактографического высказывания. Языковые стандарты речевой формы «констатация факта». Предикаты в фактографическом высказывании. Субъекты в фактографических высказываниях. Речевая форма «информативное описание» и «информативное повествование».
10. Экспрессивные средства информирующей речи. Нарушение нормы в информационном подстиле.
11. Оценочность как основной признак собственно публицистического подстиля публицистического стиля. Тип оценки: открытая и скрытая (имплицитная и эксплицитная) оценка.
12. Виды лингвистической оценки: метафоры, эвфемизмы, «скорненные» слова, контекст, квазисинонимическая ситуация и оценка с помощью цитат (квазичитата) . Языковая игра и ирония как средства достижения оценочности и экспрессии.
13. Словарный состав публицистики. Идеологема в СМИ. Образ автора в публицистике. Развитие публицистического подстиля: трансформации. Интертекстуальность как специфическое свойство.
14. Язык электронных СМИ. Современная телевизионная речь. Краткая характеристика современной звучащей речи. Просодия как отличающая характеристика языка телеречи от языка печатных СМИ. Экстралингвистические характеристики телекоммуникации.
15. Понятие электронный гипертекст.
16. Прагмалингвистические особенности рекламного текста. Экстралингвистические факторы профессиональной речевой деятельности в рекламе. Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы. Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика. 17. Диалогичность рекламной речи. Речевое воздействие рекламного текста. Лексическая экспрессия в рекламе. Синтаксические конструкции как средство экспрессивности рекламных текстов. Метафоры в рекламе как отражение картины мира. Гипербола как основной риторический прием рекламы. Социолингвистическая окрашенность лексики как выразительное средство рекламы.

Типовые задания для зачета (ПК-1)

1. В предложенном тексте выявите речевые формы «констатация факта», «информативное описание» и «информативное повествование» в медиатекстах информационного подстиля публицистического стиля.
2. Укажите в предложенных текстах имплицитные и эксплицитные языковые оценочные средства.
3. Укажите лингвистические оценочные средства в предложенных текстах (метафоры, эвфемизмы, ссорения, контекст и т.д.).
4. Определите подстиль публицистического стиля предложенного текста. Аргументируйте, опираясь на следующие критерии: цель высказывания, тип речи, жанровая структура, тип автора, оценочность.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-1	Знает специфику речи массовых коммуникаций., возможности массовой коммуникации как средства воздействия, основные параметры анализа языка массовой коммуникации, строй публицистического стиля массовых коммуникаций и его подстилей: собственно публицистического и информационного; Владеет навыками анализа текста массовых коммуникаций с точки зрения лексического и синтаксического строя речи; Осуществляет авторскую деятельность в соответствии со стилистическими нормами языка современной рекламы и СМИ.
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-1	Не знает специфику речи массовых коммуникаций., возможности массовой коммуникации как средства воздействия, основные параметры анализа языка массовой коммуникации, строй публицистического стиля массовых коммуникаций и его подстилей: собственно публицистического и информационного; Не владеет навыками анализа текста массовых коммуникаций с точки зрения лексического и синтаксического строя речи; Не может осуществлять авторскую деятельность в соответствии со стилистическими нормами языка современной рекламы и СМИ.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Кормилицына М.А., Сиротинина О.Б. Язык СМИ : учебное пособие. - Москва: Флинта, 2019. - 92 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97859765218581.html>
2. Ильясова С.В., Амири Л.П. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия. - Москва: Флинта, 2018. - 328 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/20210804-013.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Смирнова, Н. В., Демьянков, В. З., Шейгал, Е. И. Язык СМИ и политика : монография. - 2020-09-18; Язык СМИ и политика. - Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. - 952 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/13130.html>
2. Сурикова Т. И., Клушина Н. И., Анненкова И. В. Русский язык и культура речи : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 239 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/449707>
3. Солганик Г. Я., Сурикова Т. И., Клушина Н. И., Анненкова И. В. Русский язык и культура речи : Учебник Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 239 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/469454>
4. Гойхман О.Я., Лейчик В.М. Реклама: язык, речь, общение : учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 288 с.
5. Райгородский Д.Я. Реклама: внушение и манипуляции : Медиа-ориентированный подход : [учебное пособие для факультетов психологии, социологии, экономики и журналистики]. - [Самара]: ИД "Бахрах-М", 2001. - 751 с.

6.3 Иные источники:

1. Научный журнал «МедиаАльманах» - <http://mediaalmanah.ru>
2. Портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования - www.mediascope.ru
3. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» - <http://vestnik.journ.msu.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Операционная система "Альт Образование"

Операционная система Microsoft Windows 10

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: <https://apps.webofknowledge.com>
2. Архив научных журналов зарубежных издательств. – URL: <https://arch.neicon.ru>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
6. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
7. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
8. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.